

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: LITERATURE REVIEW **PENDEKATAN BIBLIOMETRIK** **VOSVIEWER**

Anggita Nurcahyani¹, Ahmad Khoirul Ifan², Engga Jalaludin³

¹ Univeristas Darunnajah, Jakarta, Indonesia

² PT Multi Bangun Adiartha, Bekasi, Indonesia

³ Universitas Darunnajah, Jakarta, Indonesia

* Corresponding author: anggita.nurcahyani@darunnajah.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan berkewajiban meningkatkan kinerja operasional untuk memperoleh laba keuangan. Namun perkembangan era modern perusahaan memiliki peran tanggung jawab yang lebih luas dalam hal aktivitas ekonomi dan turut andil sebagai bagian dari aktivitas sosial masyarakat yaitu dengan adanya penerapan Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CSR dan tren pemetaan kajian berdasarkan publikasi ilmiah. Peneliti menganalisis publikasi ilmiah sebanyak 165 dokumen yang terbit pada 2008-2023 dengan pendekatan bibliometrik menggunakan VOSviewer. Hasilnya diperoleh bahwa tren penelitian mengenai CSR cukup berkembang signifikan selama 16 tahun. Berdasarkan *visualisasi network co-author* diperoleh terdapat 9 penulis pada penelitian ini yang paling banyak menulis artikel CSR. *International Journal of Bank Marketing* menjadi jurnal dengan jumlah terbitan artikel CSR paling banyak yaitu 6 dokumen. Berdasarkan pemetaan bibliometrik diperoleh hasil bahwa perusahaan dalam berbagai sektor sudah melaksanakan CSR dengan program yang beragam. Namun perlu ada peningkatan dalam melaporkan aktivitas CSR kepada masyarakat. Kata kunci yang belum banyak dibahas terkait CSR yaitu *Firm Value, Zakat, CSR Information, Employee, dan Customer*. Sehingga dapat dijadikan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian CSR lebih dalam yang berkaitan dengan topik-topik tersebut.

Kata Kunci: *Bibliometrik, CSR, VOSviewer*

Copyright © 2024 by the author



PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis bukan hanya fokus pada laba tetapi juga pada aspek sosial. Aktivitas industri di sekitar masyarakat memiliki dampak terhadap perubahan lingkungan, serta kehidupan sosial budaya masyarakat. Keselarasan antara ekonomi dan lingkungan harus diperhatikan melalui penerapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) (Fatwara et al., 2022). Pertimbangan etis merupakan penyebab perusahaan harus menerapkan CSR yang mengarah pada peningkatan ekonomi disertai dengan kesejahteraan stakeholder, sekaligus kualitas hidup masyarakat secara luas (Hadi, 2010). Dampak dari perusahaan yang memiliki kepedulian lingkungan adalah mampu meningkatkan citra perusahaan itu sendiri. Sebab, penerapan CSR juga bertujuan untuk mengakomodasi kepentingan *stakeholder* (Limbong, 2019). Crowther David dalam Hadi (2010) membagi prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu: (1) *Sustainability*, tentang mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya di masa depan ketika perusahaan melakukan aktivitas (*action*). (2) *Accountability*, yaitu upaya perusahaan melakukan tanggung jawab terhadap lingkungan eksternal. Perusahaan perlu menjaga akuntabilitas dan legitimasi eksternal karena dapat mempengaruhi tingkat transaksi saham perusahaan. (3) *Transparency*, berkaitan dengan pelaporan perusahaan. Pihak eksternal memiliki kepentingan terhadap transparansi pelaporan aktivitas perusahaan. Tujuan dilakukan pelaporan adalah untuk mengurangi kesalahpahaman informasi.

Grant Thornton dalam Wulandari, (2016) menyatakan bahwa CSR bukan hanya menjadi ranah perusahaan besar, melainkan suatu keharusan untuk semua bisnis. Perusahaan harus terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang memberikan manfaat bagi banyak pihak. *Triple Bottom Line* (TBL) yang dikembangkan oleh Elkington pada 1997 menjadi konsep dasar dalam pelaksanaan CSR. Pada konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dalam bisnis harus memperhatikan "3P". Bukan saja mengutamakan keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan keberlangsungan hidup masyarakat (*people*), dan menjaga kelestarian alam (*planet*) (Sahla & Aliyah, 2016). Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab pada stakeholder, tetapi memiliki kewajiban untuk menjaga lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Tujuannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan guna membangun ekonomi berkelanjutan dengan menjaga kualitas lingkungan (Junaidi, 2016). Menurut Yusuf, (2017) CSR merupakan keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan untuk masyarakat. Dalam penerapan CSR perlu mencakup tujuh dimensi penting, yaitu: dimensi lingkungan, sosial, ekonomi, pemegang kepentingan, etika, kebajikan, dan tanggung jawab terhadap UU. Perusahaan dapat melaksanakan dimensi CSR sesuai dengan visi dan misi. Sehingga pelaksanaan CSR antara perusahaan dapat berbeda

Carrol, (1991) membagi CSR dalam empat dimensi yaitu: Pertama, *be profitable* yaitu tingkatan paling dasar untuk menghasilkan laba untuk mempertahankan perusahaan. Kedua, *obey the law* merupakan tindakan legal dengan mematuhi Undang-Undang dalam menjalankan perusahaan. Ketiga, *be ethical* merupakan tindakan etis perusahaan yang harus disesuaikan dengan nilai moral di lingkungan masyarakat. Keempat, *be a good corporate citizen*, yaitu perusahaan harus memberikan kontribusi untuk masyarakat agar dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Konsep Carroll mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dikenal dengan teori "*The Pyramid of Corporate Social Responsibility*". Konsep yang menjadi inti dari CSR adalah etika bisnis (Fauzan, 2011). Penerapan etika bisnis yaitu pelaku bisnis memiliki pengetahuan tata cara pengelolaan operasional dengan memperhatikan norma dan moralitas. Etika dalam menjalankan bisnis sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sebab etika bisnis adalah landasan yang kuat bagi

perusahaan dalam menciptakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Andayani et al., 2022). Sehingga dalam menjalankan etika bisnis perlu ada integrasi antara kesejahteraan *stakeholder* dan keuntungan bisnis (Zamzam & Aravik, 2020)

Namun, setiap konsep CSR akan bergantung kepada visi masing-masing perusahaan. Maka pelaksanaan tanggung jawab sosial mungkin saja berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sesuai nilai budaya dimana perusahaan beroperasi (Yusuf, 2017). Seperti di Indonesia terdapat regulasi yang mengatur tentang CSR yaitu tercantum pada Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 pasal 74. Pada Undang-Undang tersebut disebutkan bahwa setiap kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan (Lestari & Amrina, 2023). Berikutnya di Malaysia, perusahaan *go public* dibuatkan pedoman praktik CSR oleh Bursa Malaysia. Berdasarkan pedoman tersebut perusahaan dalam melaksanakan CSR bukan hanya upaya untuk meningkatkan citra, tetapi untuk menerapkan nilai-nilai etika perusahaan. Perusahaan bertanggung jawab pada permasalahan lingkungan dan sosial lainnya. Bahkan Bursa Malaysia menekan perusahaan untuk melaksanakan CSR bukan karena taat aturan saja, melainkan memiliki kesadaran penuh terkait pentingnya CSR (Sarwar & Azam, 2013).

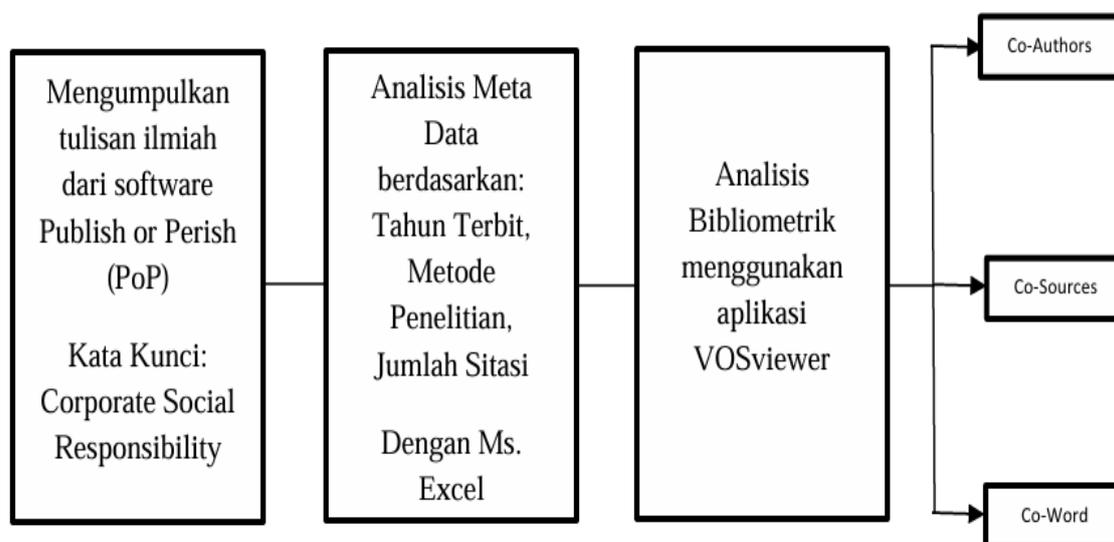
Pelaksanaan CSR di Indonesia sudah diterapkan oleh berbagai sektor usaha, salah satunya perhotelan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa sudah seharusnya memberikan kontribusi kepada masyarakat. Seperti Hotel Ibis di Surabaya sudah menerapkan tanggung jawab sosialnya melalui program-program CSR. Diantaranya, penanaman pohon, pemberian beasiswa, donor darah, *cooking class* dan memberikan sumbangan tempat sampah di kampung nelayan. Program-program tersebut dilakukan sebagai kewajiban perusahaan dan sebagai upaya membangun emosional antara masyarakat dengan perusahaan (Sofyanty et al., 2017).

Perusahaan berikutnya di Indonesia yang sudah menerapkan CSR adalah PT. Pertamina (Persero). Perusahaan milik BUMN tersebut memiliki komitmen untuk mengimplementasikan CSR tidak hanya untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan tetapi juga masyarakat luas. Dalam penerapan setiap program CSR, PT. Pertamina mengacu pada ISO 26000. Berbagai program CSR PT Pertamina mencakup bidang pemberdayaan masyarakat, kesehatan pendidikan, lingkungan, infrastruktur, manajemen bencana, maupun bantuan khusus. Seluruh program CSR dilakukan secara sinergi bersama masyarakat. Dengan begitu akan berdampak pada pembangunan masyarakat yang berkelanjutan (Oktina et al., 2020). Berdasarkan paparan tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam mengenai implementasi Corporate Social Responsibility (CSR). Peneliti akan melakukan kajian *literature review* dengan topik CSR pada artikel ilmiah nasional dan internasional. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan penerapan CSR melalui pemetaan penelitian pendekatan analisis bibliometrik. Peneliti melakukan analisis bibliometrik agar dapat mengidentifikasi tren penelitian yang sedang berkembang, pemetaan kolaborasi penulis, mengukur pengaruh publikasi, serta dapat memperoleh informasi untuk pengambilan keputusan strategis. Oleh sebab itu bibliometrik merupakan

teknik analisis yang penting untuk memahami konsep berbagai pengetahuan dalam disiplin ilmu (Muhammad & Triansyah, 2023).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan dengan menggunakan metode analisis bibliometrik. Bibliometrik merupakan teknik analisis studi kepustakaan. Berbagai literatur ilmiah seperti artikel, buku, dan prosiding merupakan sumber analisis bibliometrik yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian. Peran penting ketika melakukan analisis bibliometrik adalah penentuan kata kunci. Penggunaan kata kunci yang tidak seragam berpengaruh pada tidak ditemukannya sumber ilmiah dengan tepat (Wicaksono, 2023). Sumber publikasi ilmiah yang dijadikan data dalam penelitian diperoleh dari software PoP dengan kata kunci “Corporate Social Responsibility” yang terindeks Google Scholar, Crossref, dan Scopus. Jumlah publikasi ilmiah yang akan dianalisis sebanyak 165 yang terbit antara tahun 2008-2023. Analisis meta data tentang penelitian CSR terlebih dahulu menggunakan Microsoft Excel. Tahap selanjutnya untuk mengetahui tren perkembangan publikasi CSR secara bibliometrik yang akan dianalisis menggunakan software VOSviewer. Penggunaan VOSviewer mampu menghasilkan analisis yang cepat dan efektif, serta memberikan hasil visualisasi dari jaringan bibliometrik. Berikut merupakan gambar alur penelitian:



Gambar 1. Alur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan tabel meta data dari kumpulan artikel dalam penelitian ini dengan topik Corporate Social Responsibility. Jumlah publikasi ilmiah yang digunakan adalah 165 yang terdiri dari artikel jurnal dengan 163 dokumen, dan prosiding 2 dokumen. Penelitian ini mengkaji dengan penerbitan berjumlah 165 paper selama 16 tahun mulai dari tahun 2008 sampai dengan 2023. Selama periode tersebut, penelitian mengenai CSR jumlah terbitan publikasi ilmiah terbanyak pada tahun 2021 dan 2022 yaitu sebanyak 32 dan 25

publikasi. Adapun pada tahun 2008 sampai 2015 jumlah penerbitan berada pada range 1-8

Tahun Terbit	Jumlah Paper
2008	1
2009	1
2010	3
2011	1
2012	5
2013	7
2014	8
2015	8
2016	15
2017	17
2018	18
2019	6
2020	12
2021	32
2022	25
2023	6

publikasi. Berikut ini merupakan tabel klasifikasi publikasi berdasarkan tahun penerbitan.

Tabel 1. Klasifikasi Publikasi Berdasarkan Tahun Penerbitan

Source: Data diolah Ms. Excel, 2024

Klasifikasi publikasi berdasarkan adanya jenis metode penelitian ditunjukkan oleh Tabel 2. Berdasarkan 165 paper yang telah di review, metode penelitian yang digunakan pada kuantitatif sebanyak 102 paper, dan kualitatif sebanyak 63 paper.

Tabel 2. Klasifikasi Publikasi Berdasarkan Metode Penelitian

No.	Metode Penelitian	Jumlah Paper
1.	Kuantitatif	102
2.	Kualitatif	63

Source: Data diolah Ms. Excel, 2024

Klasifikasi publikasi berdasarkan banyaknya sitasi ditunjukkan pada Tabel 3. Terdapat 10 paper yang memiliki sitasi terbanyak. Paper dengan sitasi terbanyak pertama berjudul “The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector”, sebanyak 705 sitasi. Adapun paper yang berada di posisi ke 10 berjudul “Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus” dengan jumlah sitasi sebanyak 244.

Tabel 3. Klasifikasi Publikasi Berdasarkan Jumlah Sitasi

Judul	Sitasi
The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector	705

Determinants of corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks	667
Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives	653
Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banks	589
Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance	539
Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks	424
Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia	375
Islam and CSR: A study of the compatibility between the Tenets of Islam and the UN global compact	320
Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation	266
Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus	244

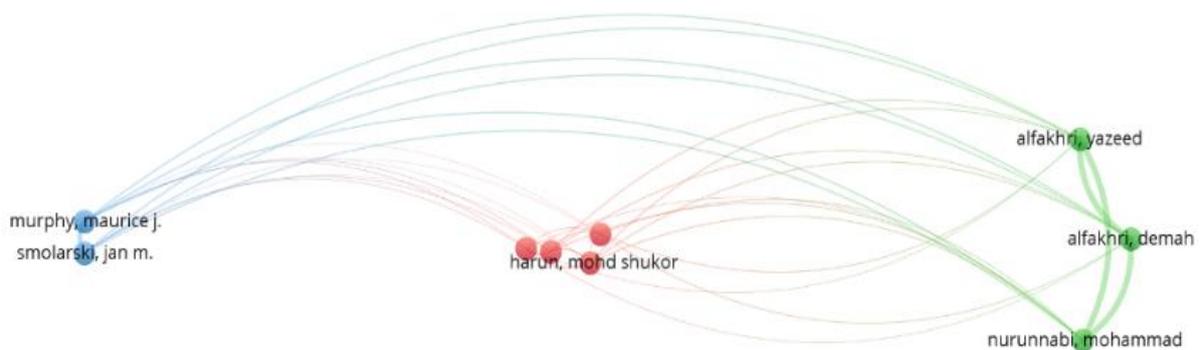
Source: Data diolah Ms. Excel (Penulis, 2024)

Analisis Bibliometrik *Corporate Social Responsibility*

Tahapan berikutnya setelah melakukan meta analisis, akan dilakukan pemetaan penelitian berdasarkan analisis bibliometrik. Aplikasi VOSviewer digunakan dalam analisis bibliometrik yang akan menyajikan data dalam grafik visual mapping dari 165 terbitan publikasi ilmiah. Penelitian akan fokus pada analisis bibliometrik pemetaan *co-authors*, *co-word*, dan *co-sources*.

Mapping Co-Authors

Berikut merupakan hasil visualisasi *network* perkembangan penelitian terkait CSR pada peta *co-authors*. Semakin besar bentuk lingkarannya menggambarkan bahwa penulis semakin banyak menerbitkan tulisannya yang berkaitan dengan topik tertentu, pada penelitian ini adalah CSR. Selain itu tujuan *mapping co-authors* untuk melihat keterkaitan penulis dengan penulis lainnya.

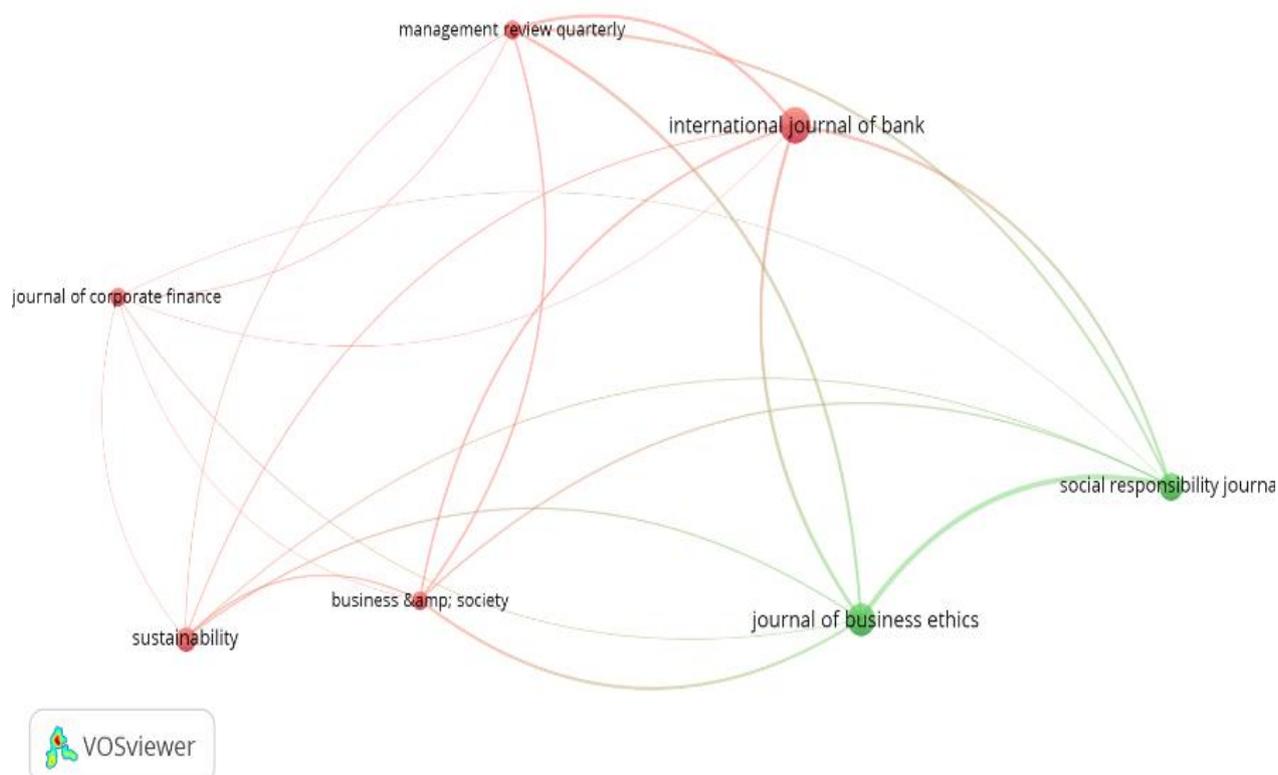


Gambar 2. Visual Network Co-authors (VOSviewer, 2024)

Berdasarkan gambar 1, publikasi ilmiah dengan topik CSR yang terbit pada 2008-2023 menunjukkan sebanyak 9 penulis memiliki jumlah publikasi terbanyak dan memiliki tulisan yang saling berhubungan dengan penulis lainnya (jaringan kolaborasi). Kesembilan penulis tersebut yaitu, Mohd Shukor Harun, Abul Hassan, M.Kabir Hassan, M.Mansoor Khan, Demah Alfakhri, Yazeed Alfakhri, Mohammad Nurunnabi, Maurice J. Murphy, Jan M. Smolarski.

Mapping Co-Sources

Hasil visualisasi pemetaan *Co-sources* pada gambar 2 menandakan jurnal yang mempublikasikan artikel paling banyak terkait CSR.



Gambar 3. Visual Network Co-sources (VOSviewer, 2024)

Dapat dilihat bahwa jurnal yang memiliki lingkaran paling besar adalah International Journal of Bank Marketing. Artinya, dari 165 artikel yang dianalisis bibliometrik, referensi terbanyak berasal dari artikel tersebut yaitu berjumlah 6 dokumen. Kemudian pada urutan

Peneliti sudah melakukan analisis meta data dan bibliometrik menggunakan VOSviewer untuk mengukur tren penelitian dengan topik *Corporate Social Responsibility*. Publikasi ilmiah yang sebagian besar berupa artikel diperoleh dari indeks Google Scholar, Crossref, dan Scopus. Hasilnya diperoleh bahwa kajian yang membahas tentang CSR dari 2008 mengalami perkembangan yang signifikan. Berdasarkan analisis tersebut, peneliti menemukan bahwa kajian tentang CSR sudah diterbitkan oleh banyak penulis dari berbagai jurnal dengan metode dan hasil yang beragam. Tahun yang jumlah publikasi topik CSR paling banyak yaitu pada 2021. Terdapat 32 artikel yang terbit di tahun tersebut. Peneliti mengamati bahwa artikel CSR yang terbit pada tahun tersebut memiliki pembahasan terkait topik Pandemi Covid 19. Sebab pada tahun 2021 memang dunia sedang dilanda Covid-19. Sehingga banyak penulis yang melakukan kajian keterkaitan CSR dengan Covid-19.

Mahmud et al (2021) menulis tentang sektor bisnis dalam merespon dampak Covid-19 pada *stakeholder* melalui aktivitas CSR. Hasilnya diperoleh bahwa perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya selama periode Covid-19 kepada karyawan, konsumen, dan masyarakat. Tindakan yang dilakukan kepada karyawan yaitu menerapkan protokol kesehatan di tempat kerja sesuai dengan kebijakan pemerintah. Diantaranya dengan menerapkan *social distancing* melalui kebijakan *work from home* (WFH), memberikan tunjangan kesehatan, pemberian fasilitas APD, bahkan kebijakan cuti berbayar. Kemudian pada konsumen, perusahaan khususnya sektor makanan dan minuman menjamin kesehatan dan kebersihan pada produknya. Penerapan CSR pada masyarakat saat Covid-19 dengan memberikan donasi dalam bentuk uang tunai dan barang. Sebab imbas Covid-19 bukan hanya kesehatan saja tetapi juga aktivitas ekonomi. Banyak masyarakat yang kesulitan memenuhi kebutuhan hidup selama Covid-19. Kepedulian perusahaan selama Covid-19 kepada *stakeholder* menggambarkan bahwa penerapan CSR mampu memberikan dampak positif.

Selanjutnya peneliti menemukan artikel dengan jumlah sitasi paling banyak berjudul *The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector* dengan jumlah 705 sitasi. Artikel tersebut membahas tentang pengungkapan CSR pada kinerja keuangan sektor perbankan islam di negara yang tergabung dalam organisasi Gulf Cooperation Council (GCC). Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat hubungan positif antara pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan bank islam. Hal tersebut membuktikan bahwa penerapan CSR pada bank islam di negara GCC memiliki potensi mendukung kinerja keuangan perbankan dalam jangka panjang (Platonova et al., 2016). Melalui pemetaan visualisasi VOSviewer diperoleh sejumlah 9 penulis memiliki jumlah artikel terbanyak atau lebih dari satu. Diantaranya adalah Khan (2016) melakukan penelitian praktik CSR pada bank islam. Hasilnya diperoleh bahwa terdapat hubungan positif antara implikasi CSR terhadap kinerja perbankan islam. Bank Meezan sebagai bank syariah di Pakistan dapat bersaing dengan bank konvensional lainnya melalui strategi penerapan CSR berbasis syariah. Program CSR yang dilakukan Bank Meezan diantaranya fokus pada kesehatan, pendidikan, donasi, bantuan bencana alam, dan kegiatan lingkungan berkelanjutan. Sehingga bank islam dapat dijadikan *role model* untuk pelaksanaan CSR berbasis etno-religius. Berkaitan dengan hasil penelitian tersebut, juga terdapat studi *literature review* tentang peran CSR untuk meningkatkan citra bank islam di

Indonesia oleh Fadillah et al (2023). Diperoleh temuan bahwa CSR berdampak signifikan terhadap persepsi masyarakat pada bank islam. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh bank islam untuk menjaga eksistensi yang berkelanjutan di masa depan.

Berdasarkan *mapping co-sources* jurnal yang memiliki publikasi artikel topik CSR paling banyak adalah International Journal of Bank Marketing. Artikel yang terbit pada jurnal tersebut salah satunya berjudul "From strategic corporate social responsibility to value creation: an analysis of corporate website communication in the banking sector" dengan penulis Palazzo et al (2020). Penulis menganalisis bagaimana perusahaan di sektor perbankan menggunakan situs web untuk mengkomunikasikan dimensi-dimensi *Strategic CSR* (SCSR). Penelitian memperoleh hasil yaitu perusahaan pada sektor perbankan kurang maksimal menggunakan situs web untuk mengkomunikasikan dimensi-dimensi CSR dibandingkan dengan perusahaan dari sektor lain. Keefektifan komunikasi akan berpengaruh terhadap penciptaan nilai perusahaan. Sehingga perbankan dapat meningkatkan komunitas penerapan CSR melalui situs web. Sejalan dengan Nurcahyani & Suriati (2021), CSR menjadi salah satu bagian yang penting untuk diungkapkan dalam laporan tahunan. Tujuannya untuk menginformasikan kepada pengguna laporan keuangan bahwa perusahaan memiliki kepedulian sosial dan lingkungan. Karballa & Sarwoprasodjo (2018) juga melakukan penelitian mengenai hubungan strategi komunikasi CSR dengan citra perusahaan. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa antara strategi komunikasi CSR dengan citra perusahaan memiliki korelasi yang kuat. Terakhir peneliti melakukan analisis dari tren kata kunci tentang topik CSR. Hasil dari visualisasi *networking VOSviewer* kata kunci yang paling banyak muncul adalah Corporate Social Responsibility, CSR, Islamic Banking. Sedangkan kata kunci yang sedikit ditemukan atau belum banyak dibahas yaitu: Firm Value, Zakat, CSR Information, Employee, dan Customer. Artinya keterkaitan topik CSR dengan keempat kata kunci tersebut belum banyak dibahas oleh peneliti sebelumnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian dengan topik CSR pada perusahaan sudah banyak dilakukan oleh penulis-penulis lainnya. Oleh karena itu untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR dapat diperoleh dari pemetaan tren kajian secara bibliometrik. Berdasarkan penemuan peneliti diperoleh bahwa perusahaan yang melaksanakan aktifitas CSR berasal dari berbagai sektor. Diantaranya adalah sektor lembaga keuangan, akomodasi, makanan dan minuman. Jumlah publikasi yang dianalisis sebanyak 165 dan sebagian besar bersumber dari artikel ilmiah 163 dokumen dan prosiding 2 dokumen. Jumlah artikel paling banyak terbit pada tahun 2021 dengan pembahasan terkait penerapan CSR saat Covid-19. International Journal of Bank Marketing adalah jurnal yang paling banyak memiliki terbitan artikel CSR berjumlah 6 dokumen. Melalui analisis bibliometrik, penulis memperoleh hasil bahwa perusahaan secara maksimal sudah melakukan penerapan CSR namun kurang dalam memberikan informasi mengenai pelaksanaannya kepada publik. Terbukti dari pemetaan kata kunci artikel yang masih sedikit membahas mengenai *CSR Information*. Selain itu dari sisi *literature review*, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk visualisasi perkembangan penelitian CSR. Melalui studi ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan khususnya pada lingkup manajemen perusahaan. Walaupun peneliti

menyadari masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini, seperti jumlah publikasi ilmiah sebagai data penelitian yang masih terlalu sedikit jika dilakukan analisis bibliometrik, kemudian terlalu luas dalam menentukan indeks publikasi, maka penulis berikutnya dapat fokus pada satu indeks seperti scopus saja. Selanjutnya, sebagaimana ditemukan hasil pada penelitian ini yaitu belum banyak dibahas terkait CSR yaitu *Firm Value, Zakat, CSR Information, Employee, dan Customer*, sehingga saran bagi penulis selanjutnya jika ingin melakukan kajian CSR dapat dikaitkan dengan kelima kata kunci tersebut. Sehingga pembahasannya tidak terlalu luas. Terimakasih kepada tim penulis dan pihak lainnya yang sudah terlibat secara langsung ataupun memberikan *support* untuk menyelesaikan tulisan ini.

REFERENSI

- Andayani, S. U., Eliza, Fachrurazi, Solikahan, E. Z., Syadzili, M. F. R., Ekowati, D., Reza, V., Gobel, L. V., Sari, Y. P., Khasanah, Haryati La Kamisi, & Syahrial, M. (2022). *Konsep Dasar Etika Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Carrol, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizon*, 34(4).
- Fadillah, I. N., Ayu, A. C., Adawiyah, R., & Pramono, A. F. (2023). Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat. *IJMA: Indonesian Journal of Management and Accounting*, 4(1).
- Fatwara, M. D., Hasibuan, A. N., Nursalam, L., & Rahmadi, Z. T. (2022). Analisis Faktor Corporate Social Responsibility dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1).
- Fauzan. (2011). Corporate Social Responsibility dan Etika Bisnis (Perspektif Etika Moral Immanuel Kant). *MODERNISASI*, 7(2).
- Hadi, N. (2010). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Junaidi. (2016). Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(1).
- Karballa, F. Z., & Sarwoprasodjo, S. (2018). Hubungan Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility dengan Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(6). <https://doi.org/10.29244/jskpm.2.6.773-782>
- Khan, M. M. (2016). CSR standards and Islamic banknig practice: A case of Meezan Bank of Pakistan. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 295–306. <https://doi.org/10.1353/jda.2016.0046>
- Lestari, E., & Amrina, D. H. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *IJMA: Indonesian Journal of Management and Accounting*, 4(1).
- Limbong, C. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.11>

- Mahmud, A., Ding, D., & Hasan, Md. M. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) Pandemic. *SAGE Open*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/2158244020988710>
- Muhammad, I., & Triansyah, F. A. (2023). *Panduan Lengkap Analisis Bibliometrik dengan VOSviewer: Memahami Perkembangan dan Tren Penelitian di Era Digital*. Penerbit Adab.
- Nurchayani, A., & Suriati, A. (2021). Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Islamic Banking In Indonesia and Malaysia. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 7(1).
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Nurul, L., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Kompetensi*, 14(2).
- Palazzo, M., Vollero, A., & Siano, A. (2020). From strategic corporate social responsibility to value creation: An analysis of corporate website communication in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7). <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2020-0168>
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2). <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Sahla, W. A., & Aliyah, S. S. R. (2016). Pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI-G4) pada Perbankan Indonesia. *Jurnal INTEKNA*, 16(2).
- Sarwar, A., & Azam, S. M. F. (2013). Corporate Social Responsibility in Malaysia: The Role of Corporate Sector in Supporting the Community and the Environment. *The International Journal's Research Journal of Commerce & Behavior*, 02(03).
- Sofyanty, Y. R., Hamid, D., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Penerapan CSR dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Pada Hotel Ibis Surabaya City Center). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(2).
- Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007.
- Wicaksono, A. (2023). Analisis Bibliometrik Corporate Social Responsibility Dalam Sektor Pariwisata. *Jurnal Tourisn*, 6(1).
- Wulandari, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Accrual Earnings Management and Real Earnings Management. *ETIKONOMI*, 15(1). <https://doi.org/10.15408/etk.v15i1.3116>
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CRS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. Prenada Media.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.